

СИСТЕМА МОРАЛЬНЫХ ТРЕБОВАНИЙ В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Эйнгорн Н. К., г. Екатеринбург

«Организовать» означает в переводе с французского: 1) устроить, основать, создать; 2) объединить, сплотить; 3) упорядочить что-либо. В полифункциональности организационной культуры, организационной коммуникации универсальную роль способна играть система моральных требований. Она тоже имеет свою организацию (строение), которая часто нарушается по причине произвольного смешения элементов системы моральных требований и их специфического назначения. Часто не делается различий между правилами и нормами, нормами и принципами деятельности. Не разделяются понятия «деятельность» и «поведение». Так, например, в вузах преподается учебная дисциплина «Организационное поведение». Изданы учебники с таким названием, но речь в них идет преимущественно об основах и закономерностях организационной деятельности, организационных отношений, организационной коммуникации. Так ли безвредна, несущественна неточность употребляемых понятий?

Успех любой деятельности, в том числе и организационной, зависит от точно выбранных целей (что делать), средств (как делать), мотивов (ради чего делать) и от точности предъявляемых требований. Требование – это повеление к действию и, одновременно, эталон должного действия. Моральное требование – эталон должного поступка и повеление к совершению поступка. Всякий поступок совершается в процессе какого-либо действия, но не всякое действие становится поступком. Моральный поступок – это действие, обусловленное благими целями, благими средствами и благими мотивами. Деятельность – процесс совершаемых действий-поступков.

Поведение – внешне явленная форма деятельности. Соотношение деятельности и поведения представляет собой диалектику, единство и различие содержания и формы жизненной активности человека. Люди могут заниматься одним и тем же видом деятельности (организационной, например), а вести себя совершенно по разному. Поэтому в организационной культуре, в организационной коммуникации необходимо различать

организационную деятельность и организационное поведение, деятельностьную организационную культуру и поведенческую организационную культуру. Система требований должна включать и императивы поведения, и императивы деятельности, и стратегические императивы жизнедеятельности, чтобы соответствовать реальной сложности жизни и быть действенным инструментом ее развития и совершенствования.

Система моральных требований состоит из четырех элементов:

- 1) элементарные правила поведения,
- 2) моральные нормы деятельности,
- 3) моральные принципы жизнедеятельности,
- 4) моральные идеалы.

Исторически сформировались два типа поведенческой культуры: универсальная и этикетная. Универсальная культура поведения основана на принципе равноценности человеческих достоинств, принципе гуманизма, предписывающем отношение к человеку как к ценности, уважение его человеческого достоинства и прав независимо от множественных половозрастных и социально-статусных различий. Это – достояние общечеловеческой культуры, благородство которой трудно переоценить. Вежливость, доброжелательность, тактичность, скромность – атрибуты универсальной поведенческой культуры. Общеизвестными, простыми и понятными кажутся нам эти признаки, но меняются времена – меняются нравы, и это порождает необходимость вновь и вновь переосмысливать специфику атрибутов универсальной поведенческой культуры в новых социальных и деятельностных контекстах.

Этикетная поведенческая культура основана на принципе иерархии социальных статусов, неравноценности достоинств, порождаемой иерархическим делением людей выше и ниже стоящих в социальной вертикали. В разных видах этикета эта иерархичность выражена различно: дворцовый, религиозный, дипломатический, воинский этикет характеризуются акцентированным неравенством положений и ролей и необходимостью их строжайшего соблюдения; светский, деловой этикет более демократичны, дают больше свободы выбора поступка.

Организационная коммуникация в современном обществе не может не опираться на оба типа поведенческой культуры. Их

сочетание – предмет дальнейшей теоретической рефлексии и практической реализации.

Моральные нормы деятельности в теории социальных норм относят к субординационным нормам наряду с нормами политики и права после норм упорядочивающих и регламентирующих. Но специфичен механизм выполнения моральных норм, предполагающий моральную сознательность, добровольность и бескорыстие. И подлинность организационной культуры и организационной коммуникации, их совершенство во многом зависят от этих моральных свойств, а не только от степени их рациональности.

Правила поведения и моральные нормы деятельности выстраивают повседневность, горизонталь организационной коммуникации и поэтому наиболее функциональны, наиболее практичны.

Моральные принципы жизнедеятельности и моральные идеалы являются стратегическими ориентирами организационной коммуникации, дающими ценностный вектор развития, в-ось-хождения к совершенству. Они предполагают свободный и ответственный выбор субъектов коммуникации и являются критериальными при определении уровней совершенства. Неслучайно, именно из моральных принципов состоят чаще всего различные этические кодексы, становящиеся все более и более необходимыми, востребованными в сфере деловых отношений, деловой этики.

Организационная коммуникация также нуждается в этическом кодексе, представляющем собой ценностно-императивные акцентуации, векторы успешного функционирования, продуктивности, развития и совершенствования организационной деятельности, организационного поведения, субъектов организационных отношений. Но разработка этических кодексов предполагает, на наш взгляд, включение в них не только принципов и идеалов как высших эталонов совершенства, высших эталонов должного, но и правил поведения и моральных норм деятельности, способных приблизить кодексы к практике повседневности и , тем самым, повысить их реальную эффективность.